

ABSTRACT

Hospitality company an company organization that provides service business. Service quality, costumer satisfaction and brand image are the main factor that must be enhance to get customer loyalty, so that company can be service continuesly.

The purpose of this research to knew direct and indirect effect between service quality, costumer satisfaction and brand image toward costumer loyalty of Pose In Hotel at Yogyakarta. That had been used room twice in particular periode. This research used purposive sampling method with total 167 respondens. This study use multiple regression and path analysis.

The instrument result shown that all qoestionare data is 100% valid and reliable. This information can be used in the other research . Data analysis showed that there positive and significance of direct and indirect effect. That showed all hypothesis are accepted.

Keyword : service quality, costumer satisfaction, brand image and costumer loyalty.

ABSTRAK

Hotel adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis jasa. Kualitas layanan, kepuasan konsumen dan citra merek merupakan faktor utama yang harus ditingkatkan demi memperoleh loyalitas pelanggan sehingga perusahaan tersebut dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah meneliti pengaruh langsung dan tidak langsung kualitas layanan, kepuasan konsumen dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan Hotel Pose In di Yogyakarta yang telah menginap lebih dua kali dalam periode tertentu. Dimana pengambilan data dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden 167 orang yang merupakan pelanggan Hotel Pose In di Yogyakarta. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda dan analisis jalur.

Hasil dari pengujian instrument menunjukkan bahwa semua data kuesioner 100 % valid dan 100 % reliabel sehingga data tersebut layak digunakan dalam penelitian. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini dapat diterima.

Kata kunci : Kualitas layanan, kepuasan konsumen, citra merek dan loyalitas pelanggan